

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perubahan dilakukan oleh PT KAI (Persero) dalam menanggapi perubahan yang terjadi pada lingkungannya dalam rangka menyesuaikan diri. Hal ini dilakukan dengan cara melakukan perubahan pada sistem di stasiun dengan menerapkan sistem *boarding pass*. Faktor utama perubahan, yaitu faktor dari luar dan dalam berupa adanya ancaman dan kelemahan.

Dalam rangka proses pembuatan kebijakan sistem *boarding pass* di stasiun, unit EPMC ditunjuk untuk bertanggung jawab di dalam proses pelaksanaan pembuatannya. Berbagai informasi yang diterima memunculkan ambiguitas, yaitu orang-orang menjadi malas atau tidak mau datang ke stasiun. Untuk dapat mengatasi ambiguitas tersebut dilakukan berbagai proses, sebagai berikut :

a. *Enactment*

Dilakukan penginterpretasian informasi antara unit EPMC beserta direktur utama dengan siklus komunikasi yang dipilih, yaitu diskusi. Hasil diskusi tersebut diperoleh keputusan untuk mengganti sistem di stasiun menjadi sistem *boarding pass*. Selanjutnya, sebagai landasan pembuatan kebijakan unit EPMC menggali berbagai regulasi yang dimiliki.

b. Seleksi

Untuk dapat memperkuat informasi yang relevan dengan persoalan, kemudian dilakukan pencarian informasi tambahan dengan membuat aturan dan siklus komunikasi tambahan. Aturan tambahan adalah dengan dibuatnya aturan yang mengatur mengenai sistem *boarding pass* dengan dikeluarkannya SK Direksi pertama dan kedua sebagai pelengkap. Sementara itu, media eksternal dipilih sebagai siklus komunikasi tambahan. Media eksternal yang digunakan, seperti *facebook, twitter, instagram, path*, dan *web corporate*. Sesuai dengan *job descnya*, PR yang berwenang menangani media di PT KAI (Persero) membantu unit EPMC dengan memberikan data hasil rekapan mengenai kritik, saran, dan pendapat dari masyarakat terkait pandangan mereka terhadap PT KAI (Persero). Unit EPMC juga melakukan wawancara langsung ke lapangan dengan beberapa komunitas pecinta kereta api.

c. Retensi

Informasi yang telah dikumpulkan saat proses pembuatan kebijakan sistem *boarding pass* kemudian digabung dengan informasi lain yang sebelumnya telah disimpan oleh PT KAI (Persero) yang turut berguna bagi proses pembuatan kebijakan sistem *boarding pass*. Informasi yang telah disimpan adalah mengenai hasil *survey* sekitar tahun 2005 dengan dibukanya jalan tol mengakibatkan *euforia* pada pengguna jasa transportasi yang antusias menggunakan jalan tol.

Selain itu juga berdasarkan pengamatan terhadap Angkasa Pura yang berhasil menerapkan kebijakan *boarding pass* pada bandarannya.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil kesimpulan tersebut, terdapat beberapa saran dari peneliti. Saran tersebut berupa saran akademis dan saran praktis. Berikut akan penulis jabarkan saran yang peneliti berikan.

1. Saran akademis

Organisasi sangat dipengaruhi oleh lingkungannya yang dinamis. Untuk itulah, PT KAI (Persero) harus *adaptable* agar dapat menyesuaikan diri sehingga dapat tetap bertahan hidup. Perubahan dapat dilakukan sebelum adanya desakan dari lingkungan yang menuntutnya. Hal tersebut dapat diketahui apabila jeli dalam melihat tanda-tanda awal pada lingkungannya. Respon yang cepat dalam memahami lingkungannya dapat membuat PT KAI (Persero) menjadi selangkah lebih maju daripada kompetitornya.

2. Saran praktis

Dalam proses pembuatan kebijakan sistem *boarding pass* ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari unit EPMC. Akan lebih baik bila unit-unit lain yang ada di PT KAI (Persero) juga turut andil di dalam prosesnya, misalkan dilakukan pula diskusi dengan unit-unit lain. Setiap unit tersebut nantinya dapat diminta saran untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam proses pembuatan kebijakan. Sehingga, seluruh internal organisasi juga turut memiliki peran.

DAFTAR PUSTAKA

- Blaxter, Loraine, Christina Hughes, dan Malcolm Thight. 2006. *How To Research: Seluk- Beluk Melakukan Riset Edisi Kedua*. Jakarta: Indeks
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana
- Griffin, EM. 1997. *A First Look At Communication Theory Third Edition*. McGraw Hill
- Kreps, Gary L. 1986. *Organizational Communication*. Longman
- Makinuddin, dan Sasongko, Tri Hadiyanto. 2006. *Analisis Sosial: Bersaksi dalam Advokasi Irigasi*. Bandung: Yayasan Akatiga
- Miller, Katherine. 2009. *Organizational Communication: Approaches and Processes Fifth Edition*. Wadsworth Cengage Learning
- Moleong, Lexy J. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana
- Muhammad, Arni. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Nawawi, Hadari dan Hadari Martini. 1992. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University
- Pace, R. Wayne dan Faules, Don .F. 1998. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Papa, Michael J, Tom D. Daniels, and Barry K. Spiker. 2008. *Organizational Communication: Perspectives and Trends*. Sage Publications
- Robbins, Stephen P. 2002. *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga
- Semiawan, Conny. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo
- Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama
- Sopiah. 2008. *Perilaku Organisasional*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Subyantoro, Arief, dan Suwanto. *Metode & Teknik Penelitian Sosial*. 2007. Yogyakarta: Penerbit Andi

Sumarsono, Sonny. 2004. *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara

West, Richard, Lynn H Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Humanika

Yin, Robert. K. 1995. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Referensi Tidak Diterbitkan

Renayan, Ellisabeth Devi. 2013. Skripsi: *Proses Konstruksi Kebijakan Sistem Online Ticketing di Direktorat Komersial PT Kereta Api Indonesia (Persero) (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Proses Konstruksi Kebijakan Online Ticketing dengan Pendekatan Karl Weick)*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

PEDOMAN WAWANCARA

1. Mengapa PT KAI (Persero) melakukan perubahan pada sistemnya sehingga muncul lah suatu sistem baru yang diperkenalkan bernama sistem *boarding pass* ?
2. Apa alasan yang mendasari PT KAI (Persero) untuk melakukan perubahan sistem secara mendasar menjadi sistem *boarding pass* ?
3. Siapa (anggota atau divisi) yang berperan dalam mengumpulkan data-data dari lingkungan eksternal perusahaan guna pembuatan kebijakan sistem *boarding pass*?
4. Bagaimana cara PT KAI (Persero) mengumpulkan informasi-informasi dari lingkungan guna kepentingan pembuatan sistem *boarding pass* ?
5. Di dalam penerimaan pesan terdapat ambiguitas di dalamnya. Siapa yang berperan penting dalam penanganan ambiguitas pada pesan ?
6. Apakah PT KAI (Persero) turut menyewa konsultan eksternal guna menangani ambiguitas yang terdapat di dalam pesan ?
7. Siapa (orang atau divisi) yang berperan penting dalam memutuskan kebijakan sistem *boarding pass* ?

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan ke : 1

Narasumber : *Manager External Relations*

Tempat : *Kantor VP Public Relations*

Waktu : 14.00 – 14.30

| Baris | Subyek | Wawancara |
|--------------|---------------|---|
| 1. | Peneliti | Humas disini itu gambarannya seperti apa ya, pak ? |
| 2. | Narasumber | Di humas ini, ya. Humas PT KAI (Persero) pusat itu membawahi humas-humas yang ada di daerah baik di Jawa maupun di Sumatera. Jadi di daerah, di Jawa dikenal dengan Kahumasda, ada sembilan Kahumas daerah. Ada Daop satu sampai Daop sembilan. Daop satu itu dari Jakarta, dua Bandung, tiga Cirebon, empat Semarang, lima Purwokerto, enam Jogja, tujuh Madiun, delapan Surabaya, sembilan Jember. Kemudian ada yang di Sumatera itu Kahumas divisi regional. Ada tiga divisi, regional Sumatera Selatan, Sumatera Barat, dan Utara itu. Itu ada kahumasnya semuanya. Nah, kalau pusat ini ada Kahumas PT KAI (Persero). Kahumas disini itu VP, Vice Presiden singkatnya jadi levelnya VP. Dibawahnya membawahi |

| | | |
|----|------------|---|
| | | <p>staff humas, manager. Managernya itu seharusnya ada empat. Ada manager humas external kemudian humas internal, kemudian manager humas corporate image, kemudian yang satu lagi manager humas untuk keterbukaan publik, ESPP namanya.</p> |
| 3. | Peneliti | <p>Masing-masing humasnya itu jobdesc nya seperti apa ?</p> |
| 4. | Narasumber | <p>Jobdescnya humas external juga ada sendiri misalnya kalau humas external ini yang ada hubungan dengan pihak eksternal keluar, misalkan dengan media kemudian dengan pihak di luar perusahaan. Tapi untuk yang internal perusahaan itu biasanya lebih cenderung ke administrasi, pembiayaan, dan lain-lain itu internal. Jadi, hubungannya ke dalam. Kemudian ada ESPC Corporate Image Care itu menyangkut masalah web, IT. Terus kemudian sekarang kan baru marak ini kan media-media sosial. Terus kemudian membuat laporan-laporan perusahaan gitu. Terus ada lagi ESP tadi itu manager humas keterbukaan publik jadi kalau ada pertanyaan dari luar salurannya ke ESP itu tadi. Tapi, selama ini dirangkap oleh humas external.</p> |
| 5. | Peneliti | <p>Bagaimana hubungan antara pihak humas internal dan eksternal dalam berkoordinasi ?</p> |
| 6. | Narasumber | <p>Oh, selalu berkoordinasi terutama untuk program-programnya. Jadi, programnya humas external seperti ini</p> |

| | | |
|-----|------------|---|
| | | nanti yang membuat biaya atau yang merealisasikannya humas internal. Terus misalkan yang menyangkut kontrak-kontrak, seperti pasang iklan, advetorial di media massa, pembiayaan yang menyangkut corporate image, ya itu larinya ke humas internal tadi. Jadi, semua harus sinergi, harus kerjasama. |
| 7. | Peneliti | Apakah dalam proses konstruksi kebijakan sistem boarding pass PR juga turut andil di dalam proses pembuatannya ? |
| 8. | Narasumber | Kalau proses pembuatan secara keseluruhan tidak, tapi kami juga turut membantu sesuai dengan job desc kami. Di unit PR ini kan sudah ada pembagian tugasnya masing-masing. Salah satunya itu ada yang bertugas menangani IT seperti sosmed. Dari sosmed itu kita bisa memberikan informasi-informasi dari masyarakat mengenai kita termasuk keluhan-keluhan mereka, saran untuk perbaikan dan juga pendapat-pendapat mereka. Itu semua kita rekap dan hasil rekap itu kita serahkan sebagai bahan pertimbangan pembuatan kebijakan boarding pass. |
| 9. | Peneliti | Apakah PR juga turut meminta pendapat ataupun saran pada unit-unit lain ? |
| 10. | Narasumber | Tidak. Kalau itu tidak termasuk kewenangan kami, mbak. |
| 11. | Peneliti | Baik, pak. Terima kasih banyak atas informasinya. |
| 12. | Narasumber | Sama-sama, mbak. |

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan ke : 2

Narasumber : *Staff* Muda Visual Media Komunikasi

Tempat : kantor VP *Public Relations*

Waktu : 09.30 – 11.40

| Baris | Subyek | Wawancara |
|--------------|---------------|---|
| 1. | Peneliti | Dimana struktur posisi divisi VP Public Relations di PT KAI (Persero) |
| 2. | Narasumber | Kalau unit public relations itu dibawah EVP Corporate Secretary. Jadi si EVP Corporate Secretary itu langsung dibawahi oleh direktur utama gitu. Jadi, kita ga di bawah direksi, kalau yang lain kan kayak komersial, keuangan, itu kan ada direksi-direksi tersendiri kan kayak misalkan direktur keuangan, direktur komersial gitu. Tapi kalau VP Public Relations itu langsung dibawahin sama EVP Corporate Secretary yang langsung dibawahi oleh pak direktur utama kayak gitu. |
| 3. | Peneliti | Apakah masih ada pembagian lagi di dalam VP PR PT KAI ? |
| 4. | Narasumber | Nah, unit public relations disini itu terdiri dari empat |

| | | |
|----|------------|---|
| | | managerial. Ada external relations terus ada internal relations, terus corporate image care sama satu lagi public information care. |
| 5. | Peneliti | Apa saja jobdesc pada masing-masing managerial tersebut ? |
| 6. | Narasumber | Kalau external relations itu membangun hubungan yang baik dengan public external. Jadi, kita itu misalkan ke media massa, pemerintah, terus apa namanya kayak bidang akademik juga kayak ada mahasiswa ataupun kayak ada pelajar-pelajar yang ingin misalkan mencari ilmu, melakukan study visit atau misalkan job training itu bisa kita terima disini itu ditangani oleh external relations. Jadi kayak pekerjaan yang berhubungan sama media kayak press release, menangani kalau ada press conference , press gatering itu sama external relations. Kalau yang internal relations, namanya internal relations berarti hubungan di publik internalnya kan berarti di dalam PT KAI sendiri gitu. Selain menangani hubungan internal juga, menangani tentang dokumen-dokumen sama administrasi juga di dalam humasnya sendiri. Kalau yang corporate image care itu jadi gimana mengelola sama membangun citra perusahaan. melalui advetorial kah, iklan kayak gitu, ataupun misalkan melalui artikel-artikel atau penulisan di |

| | | |
|-----|------------|---|
| | | <p>media massa gitu. Terus kalau yang public information care itu jadi kayak menangani keterbukaan informasi publik sebenarnya. Jadi kalau misalkan ada pihak luar, mau wartawan, mau kayak mahasiswa atau akademisi butuh informasi tentang perusahaan gitu itu ditangani sama pihak public information care. Jadi di mereka itu juga ada ketentuannya, jadi informasi apa sih yang bisa atau wajib diberikan kepada publik dan informasi apa yang ga boleh di share ke publik itu ada di bagian public information care kayak gitu.</p> |
| 7. | Peneliti | <p>Dalam kebijakan sistem boarding pass, public relations disini turut berperan dalam hal apa saja ?</p> |
| 8. | Narasumber | <p>Kalau untuk pembuatannya bukan kapasitas kami karena sudaah ada unit khusus yang menanganinya. Kita hanya bertugas untuk mensosialisikannya melalui berbagai media yang ada.</p> |
| 9. | Peneliti | <p>Media apa saja yang ditangani oleh public relations di PT KAI ?</p> |
| 10. | Narasumber | <p>Yang namanya humas itu kan berarti butuh media untuk menyampaikan sosialisasi atau kebijakan perusahaan kan kayak gitu. Namanya membangun citra juga kan butuh media, namanya kan media itu alat untuk menjangkau publik. Disini itu ada media eksternal dan media internal.</p> |

| | | |
|-----|------------|---|
| | | <p>Kalau media eksternalnya itu ada majalah REL. Itu diperuntukkan untuk penumpang eksekutif gitu, jadi isinya itu memang seputar PT KAI, ada tentang hiburan juga jadi kayak tips-tips, terus traveling, kuliner kayak gitu. Terus ada juga kayak pengetahuan umumnya juga ada kayak gitu. Tapi tujuan utamanya sih bagaimana penumpang PT KAI itu lebih mengenal PT KAI dan juga kebijakan-kebijakannya tapi dikemasnya lebih menarik kayak gitu lebih ringan lah. Ada juga tabloid Trans Sindo tapi di tabloid Trans Sindo itu jadi kita cuma mengisi beberapa halaman untuk berita sama iklan, sama ada jadwal kereta api. Tapi itu yang mengelola pihak luar bukan kita, tapi kita mengisi konten aja.</p> |
| 11. | Peneliti | Tiap berapa bulan sekali itu keluarnya ? |
| 12. | Narasumber | <p>Untuk Trans Sindo itu keluarnya setiap sebulan sekali. Kalau majalah REL nya dwi bulanan, jadi per dua bulan baru terbit kayak gitu.</p> |
| 13. | Peneliti | Lalu untuk media internalnya ada apa saja ? |
| 14. | Narasumber | <p>Terus ada media internal. Kalau kita media internal itu namanya tabloid Kontak. Jadi ini alat komunikasi antar semua publik internal PT KAI. Tapi sekarang sih ga cuma untuk disebar di internal, kita juga udah mulai untuk ke Kementerian Perhubungan juga kita kasih, Dirjen kita</p> |

| | | |
|-----|------------|--|
| | | <p>kasih, ada beberapa pihak luar juga kita kasih. Maksudnya biar pihak luar juga yang berkaitan dengan kita juga tahu berita terbarunya PT KAI itu apa gitu. Jadi ini isinya itu berita terbaru tentang perkembangan PT KAI itu apa kayak gitu. Jadi kayak berita kita yang kayak kebijakan terpusat itu apa gitu, terus kita juga menampung berita-berita atau informasi dari daerah. Kita kan punya sembilan daerah operasi dan ada tiga divisi regional di Sumatera, Jadi, semua temen-temen di daerah itu juga kayak ngasih informasi apa gitu yang terbaru, perkembangan di daerah mereka itu apa. Itu semua mereka kasih ke kita ke redaksi disini, nanti kita pilah-pilah beritanya, kita godok lah materinya gitu ters nanti akhirnya bisa jadi tabloid kayak gitu.</p> |
| 15. | Peneliti | Untuk tabloid Kontaknya terbit tiap berapa bulan sekali ? |
| 16. | Narasumber | Tabloid kontak ini juga terbitnya setiap satu bulan sekali. |
| 17. | Peneliti | Siapa yang membuat materinya ? |
| 18. | Narasumber | Nah, kalau materi itu public relations yang kerjain materinya. |
| 19. | Peneliti | Apakah semua materinya PR yang kerjakan ? |
| 20. | Narasumber | Iya, semuanya. Jadi materinya kita. Jadi public relations pusat bekerjasama dengan public relations-public relations daerah karena ada rubrik-rubrik yang memang kayak ini |

| | | |
|-----|------------|---|
| | | <p>kayak lintas berita ini jadi kayak berita-berita dari daerah-daerah kita gitu, jadi daop sama divre. Jadi mereka lagi ada kegiatan apa atau ada kebijakan apa diinformasikan disini. Jadi semua tahu kayak gitu.</p> |
| 21. | Peneliti | <p>Apakah semua majalah internal di semua Daop itu namanya sama ?</p> |
| 22. | Narasumber | <p>Untuk majalah internal di masing-masing Daop itu beda sendiri-sendiri. Seperti misalkan di Daop satu itu ada namanya Kabin.</p> |
| 23. | Peneliti | <p>Bearti tiap daerah pun juga memiliki majalah internalnya masing-masing ?</p> |
| 24. | Narasumber | <p>Iya, soalnya kalau di Kontak itu sendiri kan space nya terbatas jadi tiap daerah tempatnya itu terbatas, kayak misalkan berita dua sama gambarnya dua. Jadi daerah itu juga bikin media internalnya sendiri untuk kalangan di daerahnya juga gitu. Jadi mungkin buat karyawan-karyawan yang ada di daerah itu tau juga semua perkembangan di daerah itu.</p> |
| 25. | Peneliti | <p>Kalau untuk daerah- daerah sendiri mereka itu dibatesin tidak untuk pengiriman materinya ?</p> |
| 26. | Narasumber | <p>Nah, kalau untuk berita daerah sih rata-rata itu per edisi masing-masing kalau enggak dua berita. Jadi kayak ada dua meteri berita sama ada fotonya juga gitu. Yah, rata-rata</p> |

| | | |
|-----|------------|---|
| | | <p>sih segitu, dua atau tiga gitu. Ga dibatesin sih sebenarnya, cuma nanti akan dipilih mana yang layak untuk naik.</p> |
| 27. | Peneliti | <p>Bagaimana proses pembuatan untuk majalah REL ?</p> |
| 28. | Narasumber | <p>Nah, kalau untuk majalah REL ini sebenarnya untuk mencari dan mengelolanya itu pihak ketiga. Tapi, kita untuk berita KA, berita tentang PT KAI itu kita yang bikin metrinya. Ada kayak sambutan direktur utama itu kita juga yang bikin. Terus untuk surat pembaca itu kita yang jawab. Tapi kalau kayak traveling, kuliner, itu yang mengelola majalah REL ada pihak ketiga. Yang kayak melancong juga, bahkan untuk profil itu juga mereka sendiri yang langsung wawancara sama profilnya. Ada juga untuk profil pihak dari pegawai itu juga mereka sendiri yang wawancara. Tapi kalau berita-berita tentang PT KAI itu kita yang bikin. Jadi materinya kita yang bikin terus kita kasih ke merekanya. Terus ada juga jadwal keretanya itu juga materinya dari kita. Jadi kalau misalkan ada penumpang di kereta kan seupama mereka mau ngecek kalau untuk berangkat dari sini ke sini itu naik kereta apa jam berapa itu bisa dilihat dari majalah ini. Kalau di tabloid Kontak juga ada nama rubrik masing-masing.</p> |
| 29. | Peneliti | <p>Bagaimana batas maksimal pengumpulan materi untuk pembuatan media internal ?</p> |

| | | |
|-----|------------|--|
| 30. | Narasumber | <p>Kalau misalkan pengumpulan materi itu maskimal sampai tanggal 15 itu udah sama pengerjaan. Jadi, katakanlah sampai tanggal 15 itu sambil kita ngerjain juga kita ngumpulin materi-materinya juga. Tanggal 15 itu masuk ke percetakan. Jadi, itu PT Gramedia yang nyetak . Nanti paling lambat tanggal 22 itu sudah harus masuk lagi ke PR, ke kita ini untuk disebar ke daerah-daerah. Jadi nanti kan akan disebar ke semua daerah baik ke daerah di Jawa maupun Sumatera sama bagian-bagian yang berhubungan sama PT KAI kayak Kemenhub jadi supaya mereka juga tahu perkembangan kita itu kayak gimana dari berita disini gitu.</p> |
| 31. | Peneliti | <p>Setelah PR menerima kembali hasil jadi tabloid Kontaknya berarti langsung disebar ke semua daerah ?</p> |
| 32. | Narasumber | <p>Owh iya, sebelum disebar itu ada yang namanya tim penguji. Jadi, di PT KAI itu ada tim yang menguji. Itu orang PT KAI juga. Tapi untuk yang bertugas menguji itu ada spek nya jadi udah ada standarnya. Kayak panjangnya seberapa, lebarnya seberapa, tebalnya gimana, per helai itu kayak gimana, berapa halaman itu ada standarnya yang pegang itu tim penguji. Nanti sebelum disebar, tim penguji itu harus datang kesini untuk menguji spek-speknya gitu. Jadi, kalau misalkan sudah layak baru disebar.</p> |

| | | |
|-----|------------|---|
| 33. | Peneliti | Pernah tidak ada kendala ketika di tim penguji terus tidak sesuai dengan prosedur ? |
| 34. | Narasumber | Sejauh ini tidak ada. Paling terkendala itu mungkin proses distribusi ke daerah itu kadang agak lama. Misalkan kita lagi nunggu tim penguji lagi datang itu lebih ke administrasi. Jadi, untuk menguji itu kita butuh surat pengantar dari Gramedia, mungkin tersendatnya disitu. |
| 35. | Peneliti | Apakah PT KAI juga memiliki web internalnya ? |
| 36. | Narasumber | Dalam corporate image care itu ada staff muda Web Corporate, BUMN Portal sama media sosial itu ditangani. Jadi dia itu bertugas untuk menangani mengisi content di web kita, di portal BUMN. |
| 37. | Peneliti | Seperti apa portal BUMN ? |
| 38. | Narasumber | Jadi Kementerian BUMN itu bikin kayak portal khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN untuk bisa mengshare kan informasi tentang perusahaannya kepada publik. Itu namanya portal BUMN. |
| 39. | Peneliti | Media sosial apa saja yang dimiliki oleh PT KAI ? |
| 40. | Narasumber | Oh iya, sama ada sosial media, ada facebook, ada instagram, ada twitter, ada google plus, ada youtube jg gitu. Jadi semua informasi atau semua berita PT KAI bisa di share disitu. |
| 41. | Peneliti | Apakah media sosial yang ada di PT KAI hanya digunakan |

| | | |
|-----|------------|---|
| | | untuk mengshare berita-berita mengenai PT KAI ? |
| 42. | Narasumber | Ga juga dari kita yang mengshare berita. Kan media sosial itu ga bersifat satu arah, jadi media publik yang sifatnya dua arah. Seperti contohnya facebook, instagram, twitter itu kan bisa dari kita dulu yang kasih info tentang kita ke masyarakat lalu di comment. Tapi bisa juga sebaliknya mereka yang inisiatif lebih dulu memberikan masukan ke kita. |
| 43. | Peneliti | Lalu apa tugas visual media komunikasi ? |
| 44. | Narasumber | Visual Media Komunikasi itu bikin advetorial, iklan, artikel untuk pencitraan perusahaan. |
| 45. | Peneliti | Bagaimana PR menangani media sosialnya ? |
| 46. | Narasumber | Jadi, semua informasi dari media sosial sepenuhnya ditangani oleh PR. Jadi sudah ada templatnya untuk menjawab pertanyaan dimana, untuk menjawab keluhan dimana itu sudah ada templatnya. Jadi sudah ada panduan dan juga templatnya. Nanti itu per bulan ada rekapannya. Jadi kayak ada rekap keluhan pelanggan itu ada berapa, terus yang memuji atau mengapresiasi itu ada berapa. |
| 47. | Peneliti | Bagaimana PT KAI melakukan pengontrolan pemberitaan di media ? |
| 48. | Narasumber | Kita juga ada kliping untuk digunakan sebagai media kontrol pemberitaan PT KAI di media massa itu gimana. |

| | | |
|-----|------------|--|
| 49. | Peneliti | Bagaimana proses PR dalam menentukan judul untuk tabloid Kontak ? |
| 50. | Narasumber | Jadi untuk menentukan judul juga PR yang membuatnya. Jadi, sebelumnya kita ada rapat redaksi temanya mau apa sama mau menentukan sosoknya siapa. Jadi setiap bulan itu ada sosoknya yang juga dirapatin saat itu juga. Jadi ada brainstormingnya. |
| 51. | Peneliti | Kapan biasanya jadwal untuk diadakan rapat redaksi ? |
| 52. | Narasumber | Rapat redaksinya sendiri ga nentu sih, lebih fleksibel, ga ada patokan tanggal segitu. Yah, sebisanya kita lah. |
| 53. | Peneliti | Biasanya dalam tiap bulan berapa kali perusahaan beriklan, maupun membuat advetorial, dan lain-lain di media ? |
| 54. | Narasumber | Untuk menjaga, membangun, mengelola, citra perusahaan. Jadi kalau bikin iklan, advetorial itu wajib lah setiap bulan. Jadi setiap bulan harus ada lah beberapa advetorial, baik di majalah, koran, kita selalu ada mengisi advetorial, display, iklan. |
| 55. | Peneliti | Terima kasih, ya mbak atas penjelasannya. |
| 56. | Narasumber | Oh iya, mbak. |

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan ke : 3

Narasumber : *Manager Passenger Pricing (EPMC)*

Tempat : Kantor EPMC

Waktu : 13.10 – 15.30

| Baris | Subyek | Wawancara |
|--------------|---------------|---|
| 1. | Peneliti | Apa sih sebenarnya sistem boarding pass itu ? |
| 2. | Narasumber | Jadi, sistem boarding itu sebenarnya intinya adalah memeriksa semua penumpang yang masuk di lingkungan stasiun dan naik kereta api itu sudah sesuai dengan antara tiket dan nomor ID dan atau nama pada ID nya. Jadi nama yang tercantum pada tiket harus sama dengan nama yang ID nya tercantum pada ID yang dimiliki oleh penumpang. Nah itu, proses verifikasinya diistilahkan dengan boarding di KAI, yaitu orang yang masuk ke dalam stasiun diperiksa oleh petugas, diperiksa keabsahan identitasnya dengan menunjukkan bukti identitas yang asli nisa KTP, SIM, Passport, Kartu Pelajar, dan kartu identitas lainnya yang resmi. |
| 3. | Peneliti | Apa SK resmi untuk sistem boarding pass ? |

| | | |
|----|------------|--|
| 4. | Narasumber | Untuk SK nya itu tahun 2013. KEP. U / LL.006 / XI / 4 / KA-2013 |
| 5. | Peneliti | Awal teretusnya perusahaan yang ingin merubah sistem boarding pass itu bagaimana dan apakah yang mencetuskannya merupakan unit EPMC ? |
| 6. | Narasumber | Pada saat kita melihat situasi dan kondisi lingkungan yang ada kemudian kita melakukan diskusi termasuk dengan direktur utama untuk mencari jalan keluar yang terbaik untuk perusahaan. Kemudian kami melihat juga dari sistem yang ada di kita, ya jadi sistem di stasiun itu bagaimana, hingga akhirnya kita memutuskan untuk melakukan perubahan pada sistem kita. Karena sistem kita itu masih banyak sekali yang perlu diperbaiki apalagi mengenai tata cara dan aturan-aturannya. Untuk itulah kita kemudian berani memutuskan untuk melakukan perubahan sistem menjadi sistem boarding. Sistem boarding itu juga kita melihatnya dari bandara yang berhasil menerapkan sistem tersebut. |
| 7. | Peneliti | Untuk alasan atau latar belakangnya sendiri, mengapa dibuatlah sistem boarding pass ini ? |
| 8. | Narasumber | Jadi, kita ini ingin menciptakan suasana stasiun yang tertib, aman, nyaman. Aman sehingga orang nyaman di stasiun. Salah satu keluhan yang cukup tinggi sebelumnya adalah |

| | | |
|-----|------------|--|
| | | <p>tingkat keamanan stasiun yang masih sering ditemukan copet, masih sering orang berseliweran, ada pengamen, ada orang yang masuk cuma untuk berdagang asongan dan itu menimbulkan ketidaknyamanan penumpang, sehingga penumpang malas lah datang ke stasiun. Nah, itu image yang ingin kita rubah, yang ingin kita ciptakan stasiun yang tertib, aman sehingga penumpang merasa nyaman. Sehingga stasiun itu harus steril. Steril dalam artian orang yang masuk stasiun adalah orang yang memang benar mau naik kereta api. Bukan untuk tujuan lain. Tujuan lainnya bisa berdagang atau tujuan lainnya lah.</p> |
| 9. | Peneliti | Mengapa stasiun harus steril ? |
| 10. | Narasumber | <p>Stasiun itu harus steril. Steril dalam artian orang yang masuk stasiun adalah orang yang memang benar mau naik kereta api. Bukan untuk tujuan lain. Tujuan lainnya bisa berdagang atau tujuan lainnya lah. Sehingga yang tadinya masih ada pedagang asongan tidak ada lagi bahkan tamu pun atau siapapun yang datang untuk masuk ke stasiun harus minta ijin. Pada dasarnya orang yang diijinkan untuk masuk stasiun itu adalah penumpang yang telah memiliki tiket dengan data sesuai dengan data identitas. Selain daripada itu tidak diperkenankan, bahkan penumpang yang bersangkutan pun masuknya dibatasi maksimum tiga jam</p> |

| | | |
|-----|------------|---|
| | | <p>sebelum keberangkatan atau satu jam sebelum keberangkatan. Tergantung situasi di lapangan, dalam artian beberapa stasiun mungkin bisa menerapkan lebih dari satu jam tapi di beberapa stasiun itu tidak mungkin. Jadi, itu tergantung kondisi di lapangan, seperti pasar senen, Cirebon dan Daop dua terutama ada beberapa keberangkatan yang bersamaan dalam waktu yang dekat. Bahkan itu bisa masuk bersamaan.</p> |
| 11. | Peneliti | <p>Apa dampak dari terseleksinya orang-orang yang diperbolehkan masuk area stasiun ?</p> |
| 12. | Narasumber | <p>Ini kalau orang yang ada di dalam stasiun itu cuma penumpang itu data statistiknya, kalau data statistiknya saya ga bisa nyebut berapa persen penurunan tingkat kejahatan yang terjadi di dalam stasiun, tapi yang jelas berdasarkan testimony dari para penumpang baik itu yang disampaikan secara langsung ke kita maupun yang mereka posting di sosial media atau di media online lainnya, ada publik jurnalisme, ya dimana orang bebas menulis di Kompasiana misalkan, itu mereka sangat nyaman dengan sistem ini, mereka tidak merasa khawatir lagi akan ada tindak kejahatan, mereka merasa aman ya, dan akhirnya nyaman gitu kan. Tingkat kejahatan pun juga berkurang drastis karena orang yang berniat jahat minimalnya</p> |

| | | |
|-----|------------|--|
| | | <p>tereliminasi dengan adanya ketentuan ini. Mereka sudah tidak punya ruang gerak yang bebas seperti dulu. Kalau dulu kan orang bebas masuk stasiun melakukan kejahatan katakanlah mencuri, mencopet, dan lain-lain lalu mereka kabur dengan seenaknya. Ketika stasiun kita sterilisasi dan yang masuk stasiun kita batasi, hal-hal seperti ini berkurang, bahkan waktu angkutan lebaran kemarin mbak bisa cek sendiri. Cek berita tentang kejahatan yang terjadi semasa angkutan lebaran di semua stasiun apa ada nggak? Nyaris tidak ada. Tidak ada. Karena memang orang tidak bisa masuk lagi. Jadi yang masuk benar-bener penumpang.</p> |
| 13. | Peneliti | <p>Bagaimana dengan tamu yang masuk stasiun apakah diperbolehkan ?</p> |
| 14. | Narasumber | <p>Itu boleh, itu ada ijin khusus. Tamu yang akan memang berkepentingan untuk akan misalkan tamu direksi mau rapat di stasiun gambir itu ada surat ijin khususnya supaya bisa masuk lingkungan stasiun. Pihak-pihak tertentu boleh tapi pada dasarnya yang boleh masuk stasiun adalah orang yang memiliki tiket sesuai dengan identitas yang dimiliki dan sudah memasuki masa boarding. Masa boarding itu satu sampai dengan tiga jam sebelum keberangkatan kereta.</p> |
| 15. | Peneliti | <p>PT KAI dalam menerapkan sistem boarding pass kan dengan melihat pertimbangan dari lingkungan sendiri</p> |

| | | |
|-----|------------|--|
| | | seperti apa. Lalu apa yang pertimbangan dari faktor perusahaan sehingga memutuskan untuk melakukan perubahan yang langsung menasar pada sistemnya ? |
| 16. | Narasumber | Kalau dari sisi perusahaan itu kita menyadari bahwa sistem kita masih banyak terdapat kekurangan. Jadi dengan sistem yang lama itu juga menjadi salah satu faktor penyebab yang mendorong kita untuk melakukan perubahan sistem. Sistem kita yang dulu itu menyebabkan banyaknya celah pada area stasiun sehingga sembarang orang bisa dengan mudahnya memasuki area-area yang ada di stasiun. |
| 17. | Peneliti | Perusahaan itu kan dipengaruhi oleh lingkungannya dalam setiap pembuatan kebijakannya kan. Itu ada tidak kalau dari sistem boarding pass ini sendiri melihat dari segi sosial dan budayanya ? |
| 18. | Narasumber | Kita melihat dari bandara karena bandara itu sudah cukup berhasil, ya dalam hal menerapkan zona dan kita pun melihat dari sana ingin juga menerapkan apa, ya.. hmm melakukan zona di stasiun. Jadi memang penumpang ini benar-benar terseleksi artinya orang yang masuk ke dalam lingkungan itu terseleksi. |
| 19. | Peneliti | Berarti dalam penerapan sistem boarding pass pada stasiun itu merupakan hasil adaptasi dengan melihat keberhasilan penerapan sistem boarding pass di bandara ? |

| | | |
|-----|------------|--|
| 20. | Narasumber | Ya kita kan juga membandingkanlah sistem kita dengan sistem pada perusahaan lain. Apalagi kan sistem <i>boarding pass</i> kan juga berhasil diterapkan dengan baik. Sehingga itu juga menjadi bahan pertimbangan kita. |
| 21. | Peneliti | Apakah dengan adanya sistem ini terjadi penolakan dari publik ? |
| 22. | Narasumber | Pada awalnya memang ada penolakan terutama orang yang berniat untuk berdagang karena dengan ketentuan ini dengan serta merta mereka tidak bisa lagi masuk dan kita tidak memberikan toleransi apapun. Ada gesekan iya. Di beberapa tempat ada gesekan, tapi secara keseluruhan sekarang sudah terkondisikan baik. Meskipun masih ada beberapa tempat yang mungkin masih terjadi gesekan-gesekan ini. Itu sesuatu yang wajar, tapi kita commit dengan apa yang sudah kita ceritakan di awal bahwa memang ini tujuannya adalah untuk menciptakan kenyamanan penumpang. Untuk meningkatkan ketertiban dan keamanan, bukan untuk mempersulit justru. |
| 23. | Peneliti | Apa saja keluhan yang dirasakan penumpang KA pada saat awal diberlakukannya sistem <i>boarding pass</i> ? |
| 24. | Narasumber | Bahkan beberapa kalangan mungkin ada juga yang menganggap aduh susah amat sih sekarang naik kereta mesti diperiksa KTP. Tapi itu semua dilakukan memang |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>untuk kenyamanan mereka. Tidak sedikit mereka di satu pihak merasa dibikin ribet karena masuk stasiun mesti diperiksa KTP. Tapi ketika mereka masuk stasiun mereka sadar atau tidak sadar, oh enak nya di stasiun sekarang duduk bersih udah ga ada lagi sampah karena udah ga ada lagi yang jualan sembarangan. Tempat makanan itu bener-bener di lokalisir. Kalau udah naik kereta api, kereta api juga bersih ga aada yang ngamen, ga ada yang jual asongan, ga ada sampah yang berserakan. Itu adalah imbas dari kebijakan ini, kebijakan boarding. Jadi semua steril otomatis semua yang naik kereta api itu semua terseleksi, jadi memang orang-orang yang boleh naik. Mereka telah memiliki tiket yang sesuai dengan identitasnya. Mereka bener-bener merasa nyaman karena tertib dan aman. Kalau misalkan kondisi lingkungan sosial budaya itu ada gesekan di awal karena dimanapun pada saat ada sesuatu yang baru pasti ada pro dan kontra yang timbul. Tinggal kita maintain biar yang kontra ini bisa kita berikan pengertian bahwa ini semua kita lakukan bukan untuk sesuatu yang justru menyulitkan mereka tapi memang untuk kenyamanan mereka sendiri. Ini yang kita tanamkan ke mereka dan alhamdulillah sekarang sudah terkondisikan di semua stasiun sudah melaksanakan sistem ini.</p> |
|--|--|---|

| | | |
|-----|------------|--|
| 25. | Peneliti | Penerapan sistem boarding pass di KA ini kan juga dengan melihat keberhasilan sistem ini pada bandara yang telah menerapkan sistem ini dengan zona-zona nya. Apakah di stasiun juga terdapat zona-zona tertentu ? |
| 26. | Narasumber | Iya, dimana stasiun itu ada tiga zona, mbak. Ada zona satu, zona dua, zona tiga. Zona satu itu adalah zona dimana orang masih bisa berinteraksi antara penumpang dengan masyarakat umum misalkan di hall stasiun yang memang orang beli tiket disitu, orang mau ke customer service disitu, ada ATM, ada fasilitas umum juga disitu, dan lain-lain. Ini memang area publik. Kemudian ada zona dua. Zona dua itu orang yang telah memiliki tiket kemudian diperiksa di verifikasi masuk ke ruang tunggu, nah itu zona dua. Jadi zona dua itu sudah steril. Nanti zona tiganya adalah peron stasiun, orang menunggu untuk naik kereta api. Nah ini di beberapa stasiun mungkin ini ada yang menyatu antara zona dua dan zona tiga. Tapi di stasiun keberangkatan KA kita kondisi ada tiga zona seperti yang saya sampaikan tadi. |
| 27. | Peneliti | Bagaimana PT KAI dalam melihat atau memantau kompetitor-kompetitornya ? |
| 28. | Narasumber | Kompetitor itu harus kita monitor terus, ya. Karena bagaimanapun kan kita ini bergerak di bidang jasa |

| | | |
|-----|------------|--|
| | | <p>angkutan moda transportasi. Jadinya kompetitor kita itu banyak sekali. Kompetitor-kompetitor tersebut juga sama-sama bersaing untuk dapat merebut hati pelanggan agar mau menggunakan jasanya. Terlebih saat tahun 2005 itu dengan dibukanya jalan tol itu terjadi <i>euforia</i> masyarakat yang kemudian lebih memilih menggunakan travel sebagai transportasi darat yang mereka gunakan.</p> |
| 29. | Peneliti | <p>Dalam pembuatan sistem boarding pass ini kan sebelum pembuatan perusahaan akan terlebih dahulu mengumpulkan informasi-informasi. Nah, informasi-informasi apa saja yang dibutuhkan perusahaan ?</p> |
| 30. | Narasumber | <p>Yang pertama itu dari sisi regulasi. Kita coba gali regulasi mulai dari undang-undang, ya..peraturan pemerintahnya, peraturan tentang perkerataapian misalkan No. 72 tahun 2009, Undang-undang nomor 23 tahun 2007 kemudian juga ada pelayanan standar minimum PP 9 tahun 2011. Nah, kayak gitu harus meyakinkan bahwa aturan yang kita buat itu tidak bertentangan dengan regulasi, itu yang pertama. Kemudian bagaimana sistem yang kita kembangkan kita compare dengan perusahaan-perusahaan lain yang sudah menerapkan sistem ini, misalkan di angkasa pura yang sudah di bandara-bandara lah yang sudah melakukan. Ini juga sebagai bahan pertimbangan</p> |

| | | |
|-----|------------|---|
| | | <p>kita bahwa sistem yang akan kita buat itu akan seperti apa. Kita melihat itu sebagai pertimbangan lah. Jadi dari sistem regulasi kemudian juga unit-unit lain atau instansi-instansi lain yang sudah memberlakukan ini dan berhasil.</p> |
| 31. | Peneliti | <p>Apakah perusahaan juga turut melakukan survey di lapangan ?</p> |
| 32. | Narasumber | <p>Oh iya, kita kan punya call center, kita juga punya akun sosial media yang resmi ada twitter, ada facebook, ada path, dan lain-lain. Dan dari sana kita juga mendapatkan pinback. Kalau misalkan kita selenggarakan seperti ini akan seperti apa kemudian juga ada beberapa komunitas pecinta kereta api, kita juga ngobrol lah dengan mereka , menggali sebenarnya apa yang diinginkan oleh mereka. Apakah dengan sistem yang seperti ini, kira-kira apakah tingkat penolakan ataupun tingkat penerimaannya seperti apa. Beberapa memang ada yang menolak karena memang tidak terbiasa dengan sistem ini, terutama pengguna KA ekonomi misalkan yang memang tidak terbiasa untuk mengeluarkan identitas bahkan juga mungkin beberapa penumpang belum atau beberapa masyarakat tertentu tidak memiliki identitas apapun. Tapi dari sini kita simpulkan bahwa sebenarnya sistem ini diterima oleh mereka kalau misalkan ini dijalankan. Jadi mulai November 2013 ini kita</p> |

| | | |
|-----|------------|--|
| | | keluarkan surat keputusannya bahwa semua stasiun yang melayani angkutan penumpang wajib menyelenggarakan sistem ini gitu. |
| 33. | Peneliti | Kalau survey nya sendiri dilakukan oleh siapa ? |
| 34. | Narasumber | Oleh internal KAI |
| 35. | Peneliti | Tidak menggunakan jasa dari luar perusahaan, ya ? |
| 36. | Narasumber | Oh, nggak. |
| 37. | Peneliti | Kemudian untuk pengaturan bagian-bagiannya sendiri, seperti untuk yang bertugas mencari informasi maupun survey di lapangan itu bagaimana ? |
| 38. | Narasumber | Di kita memang tidak dibentuk tim khusus, mbak. Kita lebih banyak mungkin surveynya adalah survey online terus juga di beberapa stasiun kita juga melakukan wawancara dengan penumpang. |
| 39. | Peneliti | Apa saja kendala perusahaan dalam mengumpulkan semua informasi itu ? |
| 40. | Narasumber | Ga ada kendala sih itu. |
| 41. | Peneliti | Jadi setelah informasi dikumpulkan selanjutnya proses apa yang dilakukan untuk memahami semua informasi itu ? |
| 42. | Narasumber | Ya, kita diskusi mbak. Jadi disini kita mendiskusikan informasi-informasi apa saja yang kita dapat, rumusan-rumusan, ya.. Emm, maksudnya gini dari sistem boarding ini kan kita bisa breakdown lagi, ya. Pertama tentang |

| | | |
|-----|------------|---|
| | | <p>aturan zona ini informasi yang terkait dengan zona ini gimana aturannya gitu kan. Terus tingkat penerimaan masyarakat seperti apa itu kita diskusikan, sama kita diskusikan misalkan bagaimana aturan untuk validasi tiket.</p> <p>Aturan regulasi yang berlaku kita sorot mana yang ada korelasinya kemudian dari informasi yang kita dapat dari masyarakat pemnerimaan mereka maunya seperti apa, kita juga coba mengakomodir keinginan sebagian besar masyarakat tanpa harus melanggar regulasi. Itu kita kumpulkan baru kita rumuskan.</p> |
| 43. | Peneliti | <p>Dalam pengumpulan informasi selanjutnya kan didiskusikan bersama. Itu apakah terjadi perbedaan persepsi di dalam memahami informasi-informasi yang diterima ?</p> |
| 44. | Narasumber | <p>Emm..perbedaan persepsi mungkin ada saat itu tapi tidak lebar karena forumnya diskusi, ya. Diskusi untuk menyamakan persepsi. Tapi saya pikir tidak terlalu lebar perbedaannya sehingga untuk memutuskannya pun juga semua sepakat lah intinya gitu.</p> |
| 45. | Peneliti | <p>Untuk sistem boarding pass ini dengan sistem ticket online itu sebenarnya lebih dulu yang mana, ya ?</p> |
| 46. | Narasumber | <p>Kalau tiket online itu sudah sejak tahun 2009. Jadi, mulai 2009 kita sudah menggunakan tiket online. Yang pertama</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>dulu itu klien kita itu PT POS, ya.. Kemudian di tahun 2011 kita membuat suatu sistem tiket yang baru kalau misalkan dulu sistemnya masih in house kita yang mengembangkan kemudian kita update lah teknologinya di tahun 2011 kita gunakan teknologi lah untuk aplikasinya. Berbasis internet gitu, ya.. Jadi ketika berbisnis untuk koneksi dengan mitra akan jauh lebih mudah karena mitranya mau mengembangkan aplikasinya. Kita kemudian membuka kerjasama dengan Alfamart, Indomart, dan sampai sekarang mungkin hampir 38 mitra yang menjual tiket. Hampir semua minimarket sudah bisa terima beli tiket. Kemudian di instansi-instansi seperti Pos., Pegadaian juga sudah bisa kemudian di payment point online itu sudah. Jadi sekarang kalau misalkan ditanya saking banyaknya ada pass pay, ada tiket.com, semua sudah jual tiket. Jadi kalau misalkan sekarang berapa jumlah poin, titik poin yang bisa jual tiket kereta api sudah tidak bisa dihitung lagi. Alfamart saja sudah sekitar 9000, Indomart juga sama Alfamart kan saling kejar jadi mungkin dengan jumlah yang sama 9000 sampai 10.000. Kemudian ada pass pay, point online itu downlinenya sudah hampir 3000 belum yang lainnya. Pembayaran pun selain di tempat tadi bisa dilakukan secara online baik dengan banking, atau</p> |
|--|--|--|

| | | |
|-----|------------|---|
| | | <p>misalkan ke bank. Jadi sekarang kalau misalkan ditanya pertanyaannya akan lebih sulit kalau bank apa yang belum menerima pembelian tiket. Nah itu yang saya malah mikir tuh. Kalau bank apa yang bisa melakukan pembelian tiket, saya bisa jawab bank apa saja lah yang ada. Bahkan sekarang BPD pun sekarang sudah ada. Jadi dari tahun 2009 sampai sekarang sudah tidak kehitung lah.</p> |
| 47. | Peneliti | <p>Pada saat awal pelaksanaan sistem boarding pass itu ada tidak divisi khusus yang bertugas mengawasi pelaksanaannya ?</p> |
| 48. | Narasumber | <p>Pada dasarnya pelaksanaan ini menjadi tanggung jawab EVP di daerah Kadaop nya sebagai penanggung jawab. Mereka membuat suatu jadwal dinas-an yang memang bertugas untuk menjaga pelaksanaan sistem boarding pass. Kita dari kantor pun turun. Jadi tidak hanya diserahkan pada unit tertentu tapi memang kita semua unit turun. Jadi, setiap harinya dalam 24 jam shift itu ada terus. Di awal-awal kita ada pendampingan dari kantor pusat karena ini kan sistem baru. Penanggung jawabnya adalah EVP per masing-masing daerah untuk mengkondisikan lancarnya sistem boarding pass ini.</p> |
| 49. | Peneliti | <p>Untuk sistem boarding pass ini apakah berlaku untuk semua jenis kereta ?</p> |

| | | |
|-----|------------|---|
| 50. | Narasumber | <p>Ya, berlaku untuk semua kereta api penumpang jarak jauh maupun untuk jarak dekat. Hanya saja berbeda tata cara pelaksanaannya. Kalau KA jarak jauh memang tiketnya sudah ada nama dan nomor ID yang tercantum pada tiket. Petugas boarding juga kita lengkapi dengan satu perangkat komputer dan barcode scanner. Sehingga tiket yang dibawa orang dapat ada barcode nya, yaitu qr code tinggal ditembak nanti akan muncul data penumpangnya, ID nya penumpang disesuaikan kalau udah sesuai baru boleh masuk. Tapi untuk KA untuk jarak dekat, KA lokal, misalkan Jogja-Solo, ya.. kayak Prameks tiketnya sudah tidak ada lagi nama penumpangnya. Pada proses boarding hanya jalur boardingnya berbeda, kita usahakan berbeda. Ada zonasi penumpang jarak jauh-dekat tapi belum terlaksana di semua tempat, hanya beberapa stasiun saja yang sudah bisa memisahkan KA lokal dan KA jarak jauh, untuk beberapa fasilitas masih belum. Nah, kalau misalkan KA lokal dia cukup menunjukkan tiket yang masih berlaku sudah boleh masuk.</p> |
| 51. | Peneliti | <p>Sistem boarding pass itu kan didasari oleh beberapa aturan sebelum sistem ini jadi. Lalu, setelah sistem ini jadi, adakah aturan-aturan baru yang turut menyertai sistem boarding pass ini ?</p> |

| | | |
|-----|------------|---|
| 52. | Narasumber | Boarding itu sendiri dia punya pengaturannya sendiri dengan dikeluarkannya surat SK Direksi, ya. Ada SK Direksi kemudian juga ada tambahan SK Direksi yang kedua untuk melengkapi SK Direksi yang pertama. |
| 53. | Peneliti | Perubahan apa saja yang terjadi di dalam internal perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan sistem boarding pass ini karena ini merupakan sistem baru ? |
| 54. | Narasumber | Emm, penyesuaian di internal yang pasti alur pelayanannya jadi berubah kemudian juga layout stasiun juga harus disesuaikan. Artinya, ya harus mendukung sistem ini yang sebelumnya mungkin pintu stasiun bisa diakses dari beberapa tempat jadi tidak bisa lagi sekarang. Satu pintu untuk masuk stasiun, satu akses untuk masuk stasiun atau dua akses. Kalau dulu masih banyak lubang yang tapi sekarang sudah tidak bisa lagi. Itu alur yang berubah kemudian layout stasiun harus menyesuaikan, kemudian zonasi stasiun juga termasuk penyediaan alat yang harus beriringan dengan koneksi jaringannya kemudian petugas dan pengawasannya juga seperti apa ini efek dari pelaksanaan sistem pelaksanaan sistem boarding pass. Kemudian fasilitas-fasilitas yang harus disediakan. |
| 55. | Peneliti | Kemudian, setelah sistem ini selesai dibuat. Bagaimana cara perusahaan menginformasikan sistem ini kepada |

| | | |
|-----|------------|---|
| | | seluruh internal perusahaan ? |
| 56. | Narasumber | <p>Kita sosialisasi langsung ke daerah yang kita lakukan dengan mengadakan semacam workshop lah, ya.. pada semua petugas di daerah, pegawai maksudnya, pegawai daerah. Mulai dari tingkatan pelaksana maupun sampai tingkat pejabat. Kita menerangkan tentang SK tujuannya ini, pola nya seperti apa, alurnya seperti apa ke seluruh pegawai. Memang tidak dalam waktu yang mungkin di beberapa Daop kita hanya membuka empat sesi workshop. Empat sesi itu mungkin tidak dapat menampung seluruh anggota pegawai, tapi diharapkan dari satu unit, misalkan dari satu unit terdiri dari delapan orang, kita panggil dua, yang dua ini punya kewajiban untuk memberikan penataran bagi temannya yang ga hadir.</p> |
| 57. | Peneliti | <p>Bagaimana cara menginformasikan sistem ini kepada masyarakat ?</p> |
| 58. | Narasumber | <p>Kalau untuk masyarakat kita punya PR, ya. Punya humas, jadi mereka juga membuat rilis di media baik itu media cetak maupun media online. Kemudian kita juga punya sosmed corporate itu juga kita berdayakan dan ini yang mungkin paling efektif, ya karena follower kita juga sudah sangat banyak dan penyebaran informasi di duni maya itu cepat sekali, ya.. Kemudian kita juga siapkan materi-materi</p> |

| | | |
|-----|------------|---|
| | | <p>promosi, materi pemberitahuan, materi-materi sosialisasi berupa flyer, banner, kalau dulu, ya.. sekarang kan udah ga ada lagi banner-benner di stasiun, tata caranya karena sekarang penumpang sudah tau gitu. Tapi di media sosialisasi kemudian di web corporate juga kita pasang tentang keharusan wajib membawa ini, kemudian di bukti-bukti bayar dibelakang tiket juga sudah kita masukkan, kemudian di bukti transaksi misalkan kita beli di Indomaret, di Alfamart, misalkan satu jam sebelum keberangkatan dengan membawa kartu identitas asli, itu juga salah satu bentuk sosialisasi yang kita sampaikan kepada masyarakat. Terlepas dari mereka membaca atau tidak, tapi yang jelas kita sudah memaklumkan, sudah mengundang, sudah mensosialisasikan. Memang ada beberapa yang Oh, saya ga tau. Itu orang yang ga baca. Kan, kita juga tidak bisa memaksa orang untuk membaca. Tapi setidaknya kita sudah memberikan media untuk orang baca gitu.</p> |
| 59. | Peneliti | Dampak dari adanya sistem boarding pass ini sendiri untuk perusahaan dan juga pelanggan ? |
| 60. | Narasumber | Kalau dari sisi pelanggan tadi udah saya sampaikan, ya diawal bahwa mereka passti lebih nyaman lagi. Kemudian kalau dari sisi perusahaan, ya.. Pada saat kita sudah |

| | | |
|-----|------------|--|
| | | <p>memberikan pelayanan yang tertib, penumpang sudah merasa nyaman, otomatis tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan juga meningkat. Pada saat tingkat kepercayaan meningkat, kereta api akan menjadi prioritas pilihan penumpang dalam bertransportasi. Ini imbasnya ke revenue kita, ya.. Ujung-ujungnya revenue lah kalau misalkan apapun dari core bisnis pasti intinya ke revenue. Kita dengan adanya kedisiplinan ini, revenue kita meningkat.</p> |
| 61. | Peneliti | <p>Apa saja yang menyebabkan PT KAI kalah bersaing dengan jasa angkutan lain sebelum memberlakukan sistem boarding pass ?</p> |
| 62. | Narasumber | <p>Kami contohkan mungkin dalam koridor Bandung-Jakarta yang sempat terpuruk, deh.. biar kita compare gitu, ya.. Pada saat 2005 dibuka jalan tol itu terpuruk angkutan kereta api Bandung-Jakarta. Bahkan, beberapa keberangkatan sempat tanpa penumpang sama sekali. Nah, ini disinyalir kenapa? Karena orang euforia menggunakan jalan tol, salah satunya adalah hasil survey kita adalah mereka ga nyaman dengan lingkungan stasiun, yang parkirnya susah, yang masuknya banyak calo, menunggu juga mereka merasa tidak aman gitu, ya.. kemudian juga minim fasilitas, wc nya bau, dan lain-lain.</p> |

| | | |
|-----|------------|---|
| 63. | Peneliti | Apa yang selanjutnya dilakukan perusahaan dalam menanggapi hasil survey tersebut ? |
| 64. | Narasumber | <p>Nah, hasil survey ini kita evaluasi, kita tindak lanjuti berupa perbaikan. Semua fasilitas-fasilitas kita perbaiki. Kemudian ketika sterilisasi stasiun di jalankan, otomatis stasiun rapi. Rapi, bersih, nyaman, bahkan orang ketika harus menunggu satu jam di stasiun di ruang tunggu ada wifi nya, ada musiknya misalkan, ya.. Meskipun mereka menunggu hanya dengan kursi yang tidak empuk tapi mereka merasa aman. Yang paling dasar kan keamanan. Orang ketika merasa sudah aman, dia bisa merasa nyaman gitu kan. Nah, ini kemudian orang tertarik kembali untuk naik kereta api. Dulu ketika mereka memilih untuk naik travel karena mereka merasa aman di travel. Bukan bis malah mereka, euforia jalan tol bukan bis karena begitu tol dibuka yang penumpangnya anjlok bukannya kereta api tapi bis. Ini kan anomali, kenapa orang lebih memilih travel, ini fenomenali lah. Dari hasil survey kita saat itu salah satunya adalah ketika mereka naik travel mereka merasa nyaman. Mereka tidak harus datang ke stasiun yang begini, begini, begini. Mereka tidak harus datang ke terminal yang begini, begini, begini. Ketika mereka datang ke tempat travel yang meskipun kecil, tapi disitu tidak ada</p> |

| | | |
|-----|------------|---|
| | | calo, tidak ada pencopet. Mereka merasa lebih nyaman lah. |
| 65. | Peneliti | Berarti salah satu kompetitor yang cukup berat dihadapi oleh PT KAI sebelum penerapan sistem boarding pass adalah travel, ya ? |
| 66. | Narasumber | Iya, waktu itu awal dibukanya jalan tol sekitar tahun 2005 seperti yang tadi saya bilang itu bisa dikatakan kompetitor kita yang cukup berat adalah travel. Dengan dibukanya jalan tol itu muncullah <i>euforia</i> dari masyarakat yang ingin merasakan melewati jalan tol. Waktu itu travel lebih banyak diminati lah oleh masyarakat. |
| 67. | Peneliti | Perubahan apa yang kini terjadi semenjak PT KAI melakukan perubahan yang cukup signifikan guna memaksimalkan sistem boarding pass ? |
| 68. | Narasumber | Ketika stasiun dilengkapi dengan berbagai macam fasilitas dengan steril dan aman, mereka akhirnya datang lagi. Trustnya tumbuh lagi terhadap kereta api. Sekarang koridor Jakarta-Bandung bahkan tripnya sudah banyak lagi. Sempat satu hari Cuma ada empat trip. Kita benar-bener drop. Sekarang sudah sembilan trip, bahkan di hari sabtu-minggu kita sudah ada sampai sebelas trip, atau di hari-hari besar. Nah, ini kan trustnya orang untuk naik kereta api sudah tumbuh. Orang yang sebelumnya ga mau ke stasiun, mau sekarang ke stasiun. Parkir udah bersih, |

| | | |
|-----|------------|---|
| | | <p>masuk stasiun juga udah nyaman gitu, ya.. Tidak nyaman mungkin diluarnya saja, begitu jalannya macet. Tapi itu kan di luar kekuasaan kita. Kita kan juga ga bisa mengatur yang diluar. Tapi yang di dalam kan kita bener-bener maintain, kita bener-bener ciptakan kondisi yang memang memberikan kenyamanan buat penumpang. Tadi begitu nyaman, kita memberikan pelayanan prima , orang puas, tumbuh trus, menjadi pelanggan yang loyal, otomatis mereka akan datang terus untuk naik kereta api. Kalau mereka sudah pake kereta api otomatis revenue. Bisnis dunia revenue lah, ya..</p> |
| 69. | Peneliti | <p>Berdasarkan dari testimony-testimony yang diberikan oleh pelanggan KA. Apa saja keunggulan yang mereka rasakan dengan adanya sistem boarding pass ?</p> |
| 70. | Narasumber | <p>Mereka yang pertama, kalau saya kategorikan, ya itu keamanan. Pertama mereka dari segi keamanan. Kedua, ya ketertiban. Aman itu kan sangat luas, ya.. bisa aman di stasiun, bisa aman di keretanya juga. Kalau dulu misalkan, mbak masih kecil naik kereta api masih kebayang ga orang ngamen di kereta kemudian lima menit lagi ada lagi yang baru, belum yang minta-minta, maksa lagi, terus ada yang jualan, haduh... Itu sebenarnya salah satu faktor yang bikin orang males naik kereta api. Nah, keamanan itu yang</p> |

| | | |
|-----|------------|---|
| | | <p>dirasakan penumpang sekarang sangat berbeda. Karena sekarang aman, jadi mereka udah ga takut lagi kan. Nyantai lah mau nunggu berapa jam, naik keretanya juga aman. Dari keamanan itu kan orang merasa nyaman. Apalagi ditambah perbaikan-perbaikan fasilitas-fasilitas.</p> |
| 71. | Peneliti | <p>Pada awal diberlakukannya sistem boarding pass, apa saja ketidakjelasan atau kebingungan yang terjadi di kalangan pelanggan ?</p> |
| 72. | Narasumber | <p>Ternyata hal yang paling sepele adalah beberapa pengguna kereta api, banyak yang belum memiliki kartu identitas dan ini jumlahnya ga sedikit. Terutama pengguna kereta api-kereta api ekonomi maaf saya tidak bermaksud SARA, gitu ya.. Pengguna-pengguna ekonomi ini yang tingkat pendidikannya rendah, tingkat apa, ya.. kedisiplinan, dan lain-lain itu KTP ga punya. Ditanya ATM apa lagi. Nah, ini salah satu kesulitan kita juga. Kalau misalkan kita 100% menjaga aturan, kita kan menghilangkan hak orang untuk naik kereta api. Apalagi yang bersangkutan sudah beli tiket misalkan. Nah, inilah kendala-kendala yang timbul di lapangan.</p> |
| 73. | Peneliti | <p>Bagaimana solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala-kendala tersebut ?</p> |
| 74. | Narasumber | <p>Nah, kalau seperti itu kita arahkan ke kamtib stasiun.</p> |

| | | |
|-----|------------|--|
| | | Kamtib stasiun itu untuk investigasi lebih lanjut. Kalau kita kan tidak punya kemampuan investigasi, ya.. |
| 75. | Peneliti | Kamtib itu bagian yang mengurus apa, ya ? |
| 76. | Narasumber | <p>Kamtib itu kemanan lah. Ada polisinya, jadi mereka punya teknik investigasi. Bener ga ini orang itu yang bersangkutan atau karena tiketnya berbeda, jadi dia cuma akal-akalan saya ga punya KTP. Kita kan harus bisa membedakan mana yang akal-akalan, mana yang bener-bener ga punya kartu identitas. Karena, kalau misalkan menengah keatas, tingkat pendidikannya, saya tidak membicarakan masalah tingkat kesejahteraan, ya.. Misalkan yang lulus SMA keatas atau SMP lah, ya.. atau pernah sekolah, pada saat tidak punya KTP, dia punya kartu identitas lain. Kartu keluarga misalkan itu kan bisa jadi jurus terakhir. Atau ada yang punya tabungan, punya ATM, meskipun sebagai pendukung saja. Atau juga ada beberapa yang punya surat nikah. Surat nikah kan ada identitasnya, ada fotonya, itu kan bisa kita verifikasi. Intinya semua surat identitas yang diterbitkan, yang terdapat nama dan menampilkan foto, itu bisa kita pake. Bahkan kartu pelajar, kartu anggota perpustakaan misalkan itu bisa. Itu kesulitan yang paling besar. Mudah-mudahan seiring dengan berjalannya waktu mereka sudah</p> |

| | | |
|-----|------------|--|
| | | menyesuaikan diri bahwa naik kereta, saya harus menyiapkan kartu identitas yang sebelumnya aware dengan kartu identitas, ya mau ga mau mereka juga harus menyesuaikan agar selalu aware untuk selalu membawa kartu identitas asli. |
| 77. | Peneliti | Berarti kebanyakan kendala awal di lapangan ada di penumpang ekonomi, ya? |
| 78. | Peneliti | Sebagian besar memang di ekonomi. Kalau di eksekutif tidak masalah. Karena sebagian besar dari mereka bahkan juga telah pengguna pesawat yang memang tidak asing dengan sistem ini. |
| 79. | Peneliti | Kalau untuk sekarang ini kendala di penumpang ekonomi tersebut sudah jauh lebih berkurang kan ? |
| 80. | Peneliti | Dari sisi jumlah, sekarang jauh lebih tertib dibanding di awal. Kalau di awal perhari mungkin bisa puluhan kasus seperti itu. Sekarang masih ditemukan, tapi jumlahnya jauh berkurang dibanding awal kita menjalankan. |
| 81. | Peneliti | Kalau alurnya sendiri dari awal sampai sistem ini jadi itu bagaimana ? |
| 82. | Narasumber | Pertama pasti adalah membuat kajian. Kita buat kajian, kemudian kita serahkan kepada pimpinan, kemudian juga direktur utama saat itu juga memerintahkan untuk coba dibuat seperti ini. Instruksi direksi itu yang kita |

| | | |
|-----|------------|--|
| | | terjemahkan kemudian kita yang cari datanya. Kita itu bagian komersial lah. Karena komersial itu ada pemasaran, ada penjualan, ada juga customer care. Dari komersial kitarapat bersama untuk merumuskan suatu kebijakan kemudian jadi lah sistem ini. |
| 83. | Peneliti | Terima kasih banyak, ya mas atas penjelasan dan juga waktunya. |
| 84. | Narasumber | Iya mbak gak apa-apa. Sama-sama, mbak.. |

Tabloid “Kontak” PT KAI (Persero)



Banner Sosialisasi kebijakan sistem boarding pass

**Nama pada Tiket Kereta Api
Harus Sesuai Identitas Penumpang**

Nama : ANDY ALFIANDY

Berlaku Mulai 1 September 2012

Bila Tidak Sesuai, Dianggap Hangus

KERETA API

KERETA API

NAMA : ANDY ALFIANDY

23-JUG-12

23-JUG-12

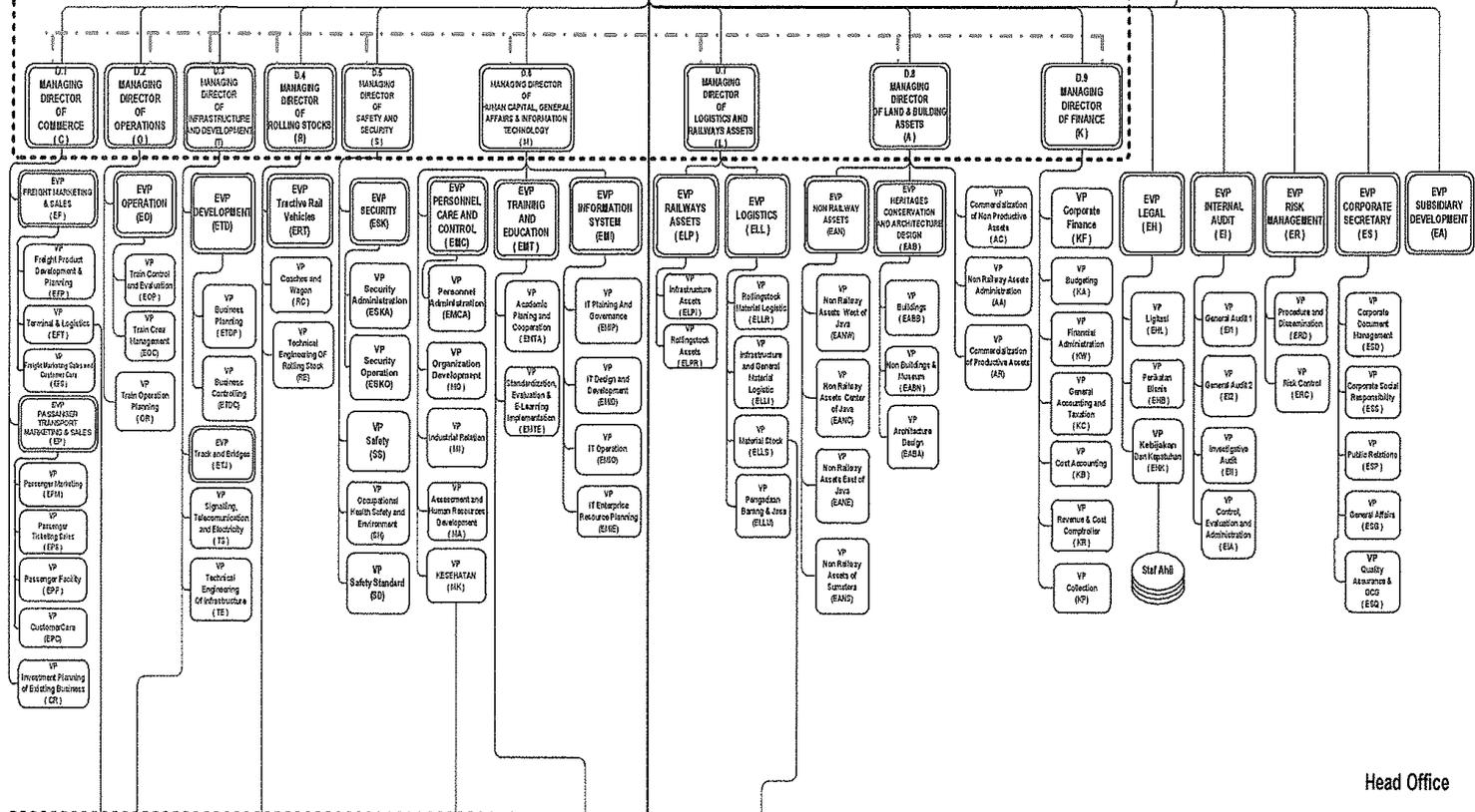
ANDY ALFIANDY

Board of Director

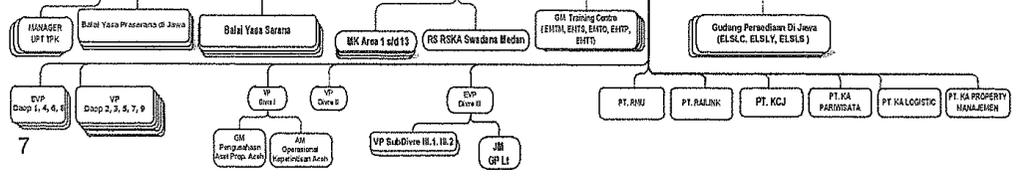
PRESIDENT DIRECTOR

LAMPIRAN I
SK DIREKSI PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)
NOMOR : KEP. U/OT.003/III/6/KA-2014
TANGGAL : 11/03/2014

EXECUTIVE COMMITTEE



Head Office



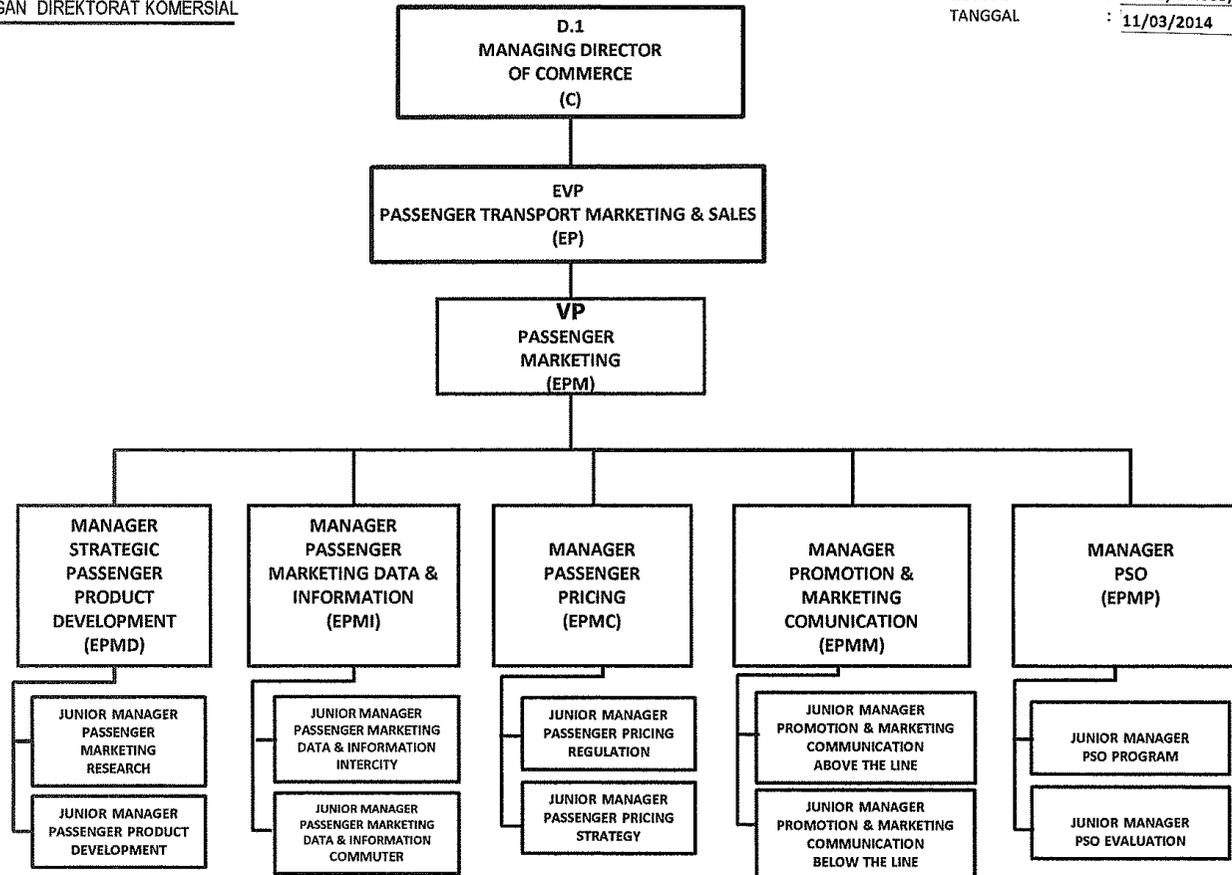
a.n DIREKSI PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO)
DIREKTUR UTAMA,

Ignasius Jonan

IGNASIOUS JONAN
NIPP 63621

BAGAN STRUKTUR ORGANISASI
VP PASSENGER MARKETING
DI LINGKUNGAN DIREKTORAT KOMERSIAL

LAMPIRAN : I.A9
 SK DIREKSI PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)
 NOMOR : KEP.U/OT.003/III/6/KA-2014
 TANGGAL : 11/03/2014



a.n DIREKSI PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO)
 DIREKTUR UTAMA,

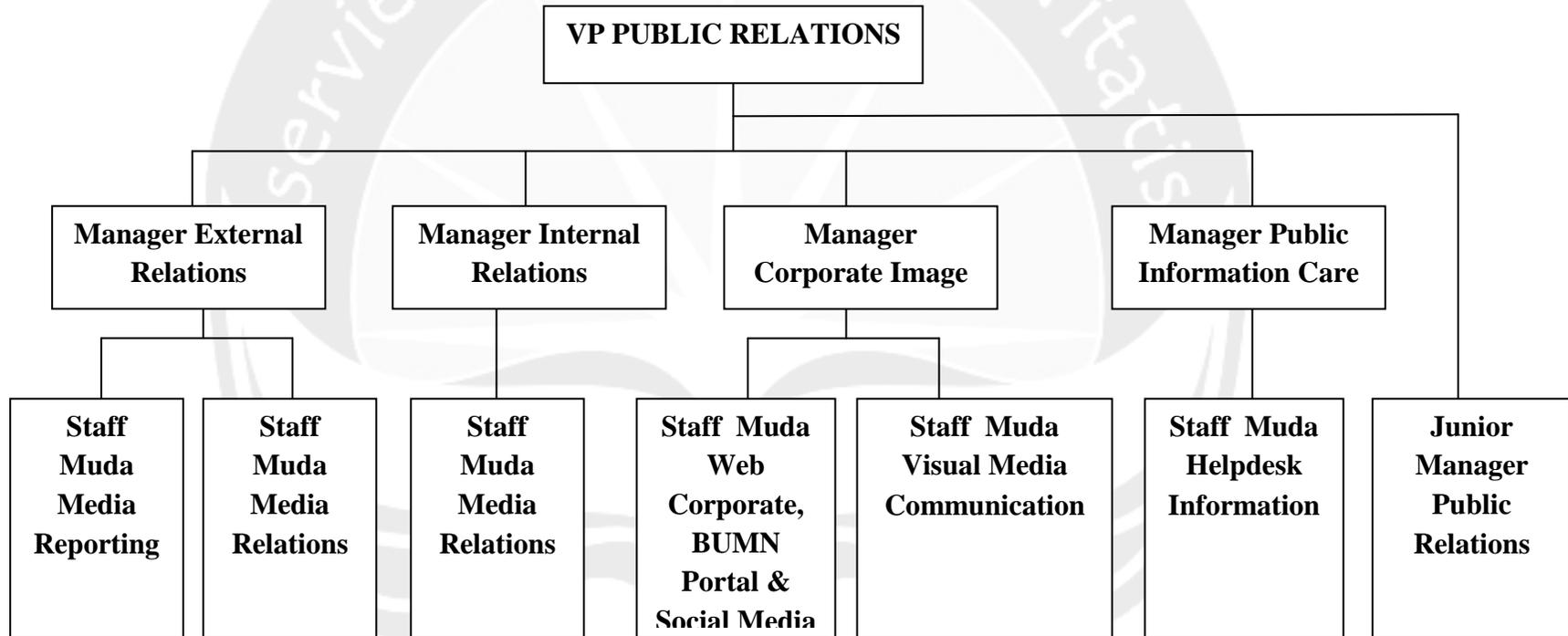
Ignasius Jonan

IGNASIVS JONAN
 NIPP 63621

F. STRUKTUR ORGANISASI UNIT *PUBLIC RELATIONS* PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)

GAMBAR 3

Struktur Organisasi Unit *Public Relations* PT KAI (Persero)



Sumber : PT KAI (Persero)